

VADHÚSFOGYASZTÓI MAGATARTÁS A MINŐSÉGI SZARVASHÚS IMÁZSA ÉS POZÍCIONÁLÁSA*



GAME-MEAT CONSUMPTION BEHAVIOR THE IMAGE AND MARKET POSITIONING OF QUALITY VENISON



TORMA, Dorisz
BÖRÖNDI-FÜLÖP, Nikoletta
SZENTE, Viktória



Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Tanszék
(University of Kaposvár, Faculty of Economics, Department of Marketing and Trade)
H-7400 Kaposvár, Guba S. u. 40.
email: torma.dorisz@gmail.com

A The purpose of our research is to understand the wild game meat, and more specifically, venison consumption behavior of the Hungarian population. In order to examine the issue, we have conducted questionnaire surveys as well as focus group interviews. Only 36.6% of the respondents reported that they consume game-based foods with some frequency. The main reason for the low consumption rate is related to the price of wild game meat which consumers consider too high. Based on focus group interviews, we concluded that the main problem is that most people do not even consider trying game-meat as they do not know about possible preparation methods. The results of our questionnaire survey reveal that 22.4% of the population has consumed red deer, while fallow deer has only been consumed by 7.7%. The respondents primarily associate deer meat with men, as they consider hunting and the preparation of wild-game foods a masculine activity. In Hungary, deer meat is a lesser known product considered to be a luxury good, for which a new marketing communication and sales strategy is needed. Limiting factors include unfamiliarity, high price and that respondents consider wild-game a seasonal product.

KULCSSZAVAK: : szarvashús, vadhús, fogyasztói magatartás, táplálkozási szokások

KEYWORDS: deer meat, wild game meat, consumer behavior, eating habits



1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

A vadászat, a vadhús fogyasztás Magyarországon jelentős történelmi múlttal és tradíciókkal büszkélkedhet. Ennek ellenére az egy főre jutó vadhús fogyasztás éves szinten alig éri el a 200 grammot, bár a lakosság körében a vadhúsok népszerűsége évről évre növekvő tendenciát mutat. A fogyasztók 40%-a kifejezetten jó véleménnyel nyilatkozott erről, a számos pozitív beltartalmi értékkel rendelkező húsfajtáról [1].

A természetes táplálékoknak köszönhetően a vadak húsát rendkívül egészséges és értékes húsfajtaként tartják számon. A magyarországi vadhúsokat többek között olyan jelzőkkel is szokták illetni, mint a jó minőségű, a biztonságos és az ízletes [2]. A domesztikált állatok húsá-

nál a vadhúsok zamatosabb, biológiailag és dietetikailag is értékesebb húsnak számítanak [3]. Amellett, hogy a húsok koleszterinszintje elhanyagolható, kedvező hatások többek között a magas többszörösen telített zsírsavtartalomnak, omega-6, omega-3, és hem-vastartalomnak köszönhető, ami az emberi szervezet számára, a legkönnyebben felszívódó vasfajtanak számít. Emellett a vadhús kiváló kalcium, magnézium és foszforforrásnak is tekinthető [1].

Kutatásunk során az elsődleges hangsúlyt a magyarországi lakosok vadhús fogyasztáshoz kapcsolódó attitűdjeinek megismerésére, és ezen belül is a szarvashúshoz köthető fogyasztói magatartás feltérképezésére fektettük.

Annak érdekében, hogy a magyarországi vadhús fogyasztási szokások összevethetőek legyenek más orszá-

*A felmérés a TÁMOP 4.2.2. A-11/1/KONV-2012-0039 számú projekt támogatásával történt.

gok lakosainak jellemzőivel, három európai ország vadhús fogyasztási attitűdjüket mutatjuk be röviden kérdőíves felmérések alapján.

Svédországban 2012-ben folytattak le egy kérdőíves felmérést, melynek során 488 értékelhető megkérdezés született. A felmérésből kiderült, hogy ebben az országban a nem vadászók 65%-a fogyaszt évente legalább egyszer, 49%-a a válaszadóknak évente 1-2-szer, 12%-uk havonta minimum egyszer, míg 4%-uk hetente fogyaszt vadhúsból készült termékeket. Egy átlagos svéd lakos évente megközelítőleg 1,8 kg vadhúst fogyaszt el, a legkedveltebb húsfajtának ebben az országban pedig a jávorszarvas és az őz számít [4].

Ausztriában a megkérdezettek a vadhúsok legfontosabb tulajdonságaként a kellemes ízhatást, a frissességet és a regionalitást emelték ki. Számukra vásárláskor fontos szempont, hogy a környékükről származó vadhúsokat vásárolják meg [5].

A Németországban lefolytatott kutatás során a fogyasztókat három csoportba sorolták: alacsony, közepes és magas arányban húst fogyasztók. Megállapították, hogy a normál húsfogyasztási szokások nem befolyásolják azt, hogy ki mennyi vadhúst eszik: azok, akik sok húst fogyasztanak (a teljes étrendjüknek a 38%-át fedik le a húsok), mindössze 1,12%-kal fogyasztanak több vadhúst azoknál, akik évente mindössze 7,12%-nyi húst fogyasztanak el [6].

Magyarországon a vadhúsok elsősorban a magasabb iskolai végzettséggel rendelkező, 40 évnél idősebb férfi fogyasztók körében népszerűek, de a legtöbb fogyasztó számára ez a húsfajta elsősorban különlegesség, és átlagosan csak évente néhány alkalommal kerül az asztalra – derül ki a GfK felméréséből [7].

Míg a baromfiús a második legkedveltebb élelmiszernek számít hazánkban – ugyanis a lakosság 97%-a fogyasztja –, addig a vadhúsok a 47. helyen szerepelnek, 40%-os fogyasztási aránnyal.

Hazánkban jelenleg évente közel 5000 tonna vadhúst dolgoznak fel, a felvevőpiac pedig folyamatosan bővül, ugyanis a vadhús fogyasztás népszerűsítése, valamint az egészséges táplálkozás elősegítése érdekében 2014 júliusától az óvodai és az iskolai közétkeztetésben havonta kétszer vadhúsból készült ételeket (elsősorban szarvas- és őzhúst) szolgálnak fel [8].

2. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIALS AND METHODS

A kutatás céljának megfelelően szekunder és primer adatgyűjtést egyaránt végeztünk. A külföldi és hazai szakirodalom tanulmányozása után kvalitatív és kvantitatív adatgyűjtésre került sor. A kvalitatív kutatás alkalmával, olyan minőségi adatok összegyűjtésére van lehetőség, melyek elősegíthetik a téma mélyebb szintű megismerését. Ehhez a módszerhez tartozik a fókuszcsoportos interjú is, melyet szöveges formában értékelve, kutatásunk során is alkalmaztunk [9].

A kvantitatív kutatási formák közül kérdőíves megkérdezést végeztünk el, melynek segítségével feltérképeztük a fogyasztók vadhús fogyasztói magatartását, míg a

fókuszcsoportos interjúk alkalmával kifejezetten a szarvas hús fogyasztói megítélésének vizsgálatát tűztük ki célul.

A fókuszcsoportos interjúk lebonyolítására Magyarország két településén, Budapesten és Pécsen került sor, településenként 5 férfi és három nő bevonásával 2014 májusában és júniusában. Mindkét város esetében úgy válogattuk össze a résztvevőket, hogy olyan személyek vegyenek részt az interjúkban, akik állításuk szerint legalább heti 2-3 alkalommal fogyasztanak valamilyen húskészítményt, emellett pedig rendszeres vadhús fogyasztók is. Demográfiai jellemzők tekintetében, olyan fogyasztókat kerestünk, akik legalább középfokú iskolai végzettséggel és jövedelemmel rendelkeznek. Fontos kritérium volt az is, hogy az interjúalanyok önálló háztartást vezessenek, lehetőleg családosak és gyermekkel rendelkezők legyenek. A fókuszcsoportos interjúk egy előre elkészített forgatókönyv menete szerint zajlottak, mely a következő témakörökből állt: a minőségi szarvas hús imázsa, pozicionálása; a minőségi vadhúsok (kiemelten a szarvas) célcsoportjának meghatározása; termékstratégia elemei, árstratégia elemeinek megvitatása; elosztási stratégiával kapcsolatos elképzelések; a kommunikációs stratégia elemeinek összeállítása.

A kutatás során országos, 1000 fős reprezentatív fogyasztói felmérésre került sor 2013 nyarán a 18-75 éves népesség körében Magyarországon. A lebonyolítás személyes (face-to face) interjúk formájában, PAPI (Paper And Pencil Interviewing – nyomtatott kérdőíves megkérdezés) módszerrel történt.

A mintaválasztás során többlépcsős technikát alkalmaztunk. A régiók és a településtípus szerinti reprezentativitás céljából kiindulásként meghatároztuk régióként az elemszámot a KSH adatai alapján, amelyek a következők:

- Közép-Magyarország (Budapesttel): 286 fő
- Közép-Dunántúl: 115 fő
- Nyugat-Dunántúl: 99 fő
- Dél-Dunántúl: 94 fő
- Észak-Magyarország: 124 fő
- Észak-Alföld: 146 fő
- Dél-Alföld: 136 fő
- Összesen: 1000 fő

A következő lépésben megvizsgáltuk régióként a településszerkezetet. Budapest esetében kerületenként népességarányban osztottuk fel a mintát. A további régiókban és Közép-Magyarország Budapesten kívüli területén az alábbi településtípus kategóriákat alkalmaztuk:

- megyeszékhelyek,
- 10 000 főnél népesebb városok,
- 2-10 000 fős települések,
- 2000 főnél kisebb települések.

A négy kategóriába régióként besoroltuk a megfelelő elemszámot, majd a konkrét településeket településtípusonként sorsolással választottuk ki. Ezeket a településeket az ún. véletlen séta (random walking) elvét alkalmaztuk a célháztartások kiválasztására, amely teljes véletlenszerűséget garantál a megfelelő válaszadók kiválasztásához [10]. Egy háztartás akkor felelt meg a feltételeknek, ha lakik benne a 18-75 éves korosztályba

eső személy.

A felkeresett háztartás lakói közül az ún. születésnapi kulcs alkalmazásával választottuk ki az interjúra megfelelő személyt. Ezzel a módszerrel második lépésben is biztosítottuk a teljes véletlenszerűséget.

A felmérés során alkalmazott kérdőív tartalmi és formai összeállításánál messzemenően törekedtünk a kérdések érthetőségére, az esetleges kétértelműség maradéktalan kiszűrésére, akárcsak sorrendiségére. A kérdőívek feldolgozása a célnak megfelelő matematikai-statisztikai program segítségével (SPSS 18.0) történt.

A kiértékelés során az intervallumskálákat alkalmazó kérdéseknél jellemzően átlagokat és százalékos arányokat számítottunk, a többinél százalékos formában, keresztábrázolások segítségével dolgoztuk fel az adatokat. A százalékos megoszlások esetében Chi-négyzet-próbával szignifikancia-elemzéseket, többváltozós statisztikai vizsgálatoknál varianciaanalízist (ANOVA) alkalmaztunk. Fontos megemlíteni azt is, hogy a táblázatokban az adatok százalékos összege $\pm 0,1-0,2\%$ -kal eltérhet 100-tól az SPSS számítási metodikája miatt.

3. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK – RESULTS AND DISCUSSION

3.1. Általános vadhús fogyasztási szokások a kérdőíves felmérés eredményei alapján – General Wild-game Meat Consumption Habits Based on the Results of the Questionnaire Survey

Elsőként szeretnénk rátérni a kérdőív azon legfontosabb eredményeire, melyek a vadhúsból készült termékek fogyasztási és vásárlási szokásainak vizsgálatát tartalmazzák.

A válaszadók mindössze 36,6%-a (366 fő) fogyaszt valamilyen gyakorisággal vadhúst, a megkérdezettek

63,4%-a pedig úgy nyilatkozott, hogy vadhúsból készült ételeket semmilyen formában nem fogyaszt. A vadhúsból készült ételek elsődleges fogyasztói a megkérdezés alapján a férfiak, a magasabb iskolai végzettségűek, a házasok, a szellemi munkát végzők és a jobb anyagi körülmények között élők.

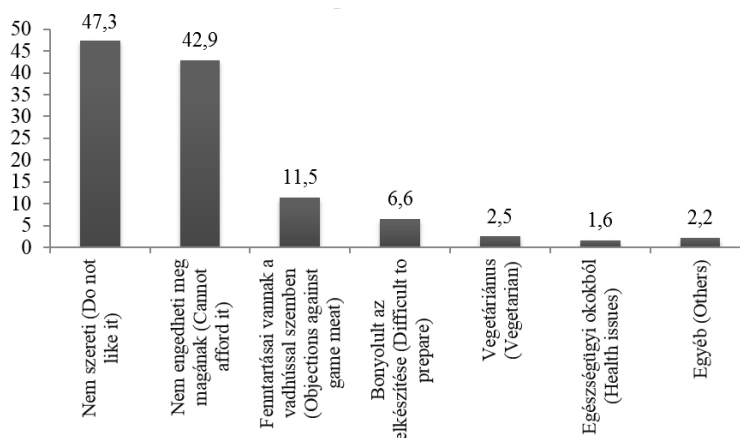
A megkérdezettek 79,5%-a havi rendszerességnél ritkábban fogyaszt vadhúsból készült ételeket, míg a válaszadók 18,3%-a havonta egy-két alkalommal, 2,2%-a pedig hetente 1-2 alkalommal tesz tőkehúsból készült ételeket az asztalra.

Szerettük volna megtudni azt is, hogy a vadhúst nem kedvelők, milyen okokra hivatkozva kerülül el a termékek fogyasztását. A kapott eredményeket az 1. ábra szemlélteti.

A második leggyakrabban említett válasz a „Nem szereti” kategória után (47,3%) a „Nem engedheti meg magának” válasz kategória volt; a vadhúst nem fogyasztók 42,9%-a nyilatkozott így, ez pedig megerősíti a fókuszcsoportos interjúkon hallottakat, ahol a résztvevők egyöntetűen azon a véleményen voltak, hogy a vadhús elsősorban annak magas ára miatt nem örvendő népszerűségnek. A válaszadók többsége úgy nyilatkozott, hogy alacsonyabb árak esetén a fogyasztása is megnövekedne. Bár a megkérdezettek vásárlásaik alkalmával igyekeznek a minőségre is odafigyelni, ez a fizetési hajlandóságukban már nem mutatkozik meg.

A vadhúst nem fogyasztók körében már kevésbé számított jelentős indoknak a „bonyolult az elkészítése” (6,6%), a „vegetáriánus” (2,5%), illetve az „egészségügyi okokból nem fogyasztom” (1,6%) állítás.

A vadhúsokat nem kedvelők 87,5%-a körében a közeljövőben sem várható elmozdulás a vadhústermékek irányába. Mindössze 9% tartja elképzelhetőnek, hogy a vadhús a jövőben táplálkozásának részévé váljon. A megkérdezettek 3,5%-a pedig a kérdésre még nem tudott egyértelmű választ adni.



1. ÁBRA

A vadhús fogyasztói megítélése (Consumer Perceptions of Game-Meat)

Forrás (source): saját szerkesztés (own construction)

FIG. 1

A fogyasztói megítélés pontosabb megismerése érdekében állításokat fogalmaztunk meg, melyeket Likert-skálán kellett a résztvevőknek osztályozniuk 1-től 5-ig az iskolai osztályzatoknak megfelelően aszerint, hogy mennyire értenek egyet velük. A kapott eredményeket az 1. táblázat tartalmazza.

A válaszadók alapvetően drágának tartják a vadhúsokat, a kapott átlagos érték 4,58. Az egyetértés mértékét a szórás alacsony értéke is tükrözi.

Vásárlásaik alkalmával előnyben részesítik a magyar származású vadhústermékeket és többnyire arra is figyelnek, hogy jó minőségű húsokat vásároljanak, azonban ezért plusz összeget már kevésbé hajlandóak fizetni. Úgy

vélik, hogy ha a vadhúsok ára kedvezőbb lenne, akkor a vásárlási gyakoriság is növekedne.

A kutatás során választ kerestünk arra vonatkozóan, hogy a fogyasztók körében melyik vadhúsféleség a legnépszerűbb. A kapott eredményeket az 2. táblázat szemlélteti.

Özet a megkérdezettek 80%-a, vaddisznót 78,4%-a, fácánt 55,5%-a, vadnyulat pedig 54,6%-a fogyasztott már. A megkérdezettek több mint 22%-a kóstolt már gímszarvasból és vadkacsából készült ételleket, azonban a dámvad, a fűrj, a fogoly, a muflon és a szalonka már nem örvendő népszerűségnek.

1. TÁBLÁZAT

A vadhús fogyasztói megítélése (Consumer Perceptions of Game-Meat)

TABLE 1

Állítás (Statement)	N	Átlag (Average)	Szórás (Dispersion)
A vadhús a többi húsféléhez viszonyítva drága. (Wild game meat is expensive compared to other types of meats.)	437	4,58	0,761
Előnyben részesítem a magyar származású vadhúst. (I prefer game meat originating from Hungary.)	426	4,03	1,133
A vadhús egészségesebb, mint a többi húsféleség. (Wild-game is healthier than other types of meats.)	429	3,94	0,955
A vadhús jobb ízű, mint a többi húsféleség. (Wild-game is tastier than other types of meat.)	436	3,77	1,055
A vadhús vásárlásakor, fogyasztásakor mindig a minőséget keresem. (I look for quality whenever I buy or consume wild-game.)	422	3,73	1,165
A jobb minőséget hajlandó vagyok megfizetni. (I am willing to pay more for quality.)	4,28	3,44	1,239
Inkább az alacsonyabb árfekvésű vadhúst vásárolok, fogyasztom. (Mostly, I buy or consume cheaper wild game meats.)	422	2,90	1,309
Akkor sem fogyasztanék többet, ha olcsóbb lenne a vadhús. (I would not buy more game-meat if it were cheaper.)	435	2,74	1,532
Félek a vadhús egészségkárosító hatásaitól. (I am afraid of the unhealthy effects of wild game meat.)	435	1,70	1,115

Forrás (source): saját szerkesztés (own construction)

2. TÁBLÁZAT

A különböző vadhúsfajták kóstolásának aránya, N=366 (The Tasting Rate of Different Wild Game Meats)

TABLE 2

Vadfaj (Game species)	Fő (Capita)	Kóstolók aránya, % (Tasting rate)
Őz (Deer)	292	79,8
Vaddisznó (Wild boar)	287	78,4
Fácán (Pheasant)	203	55,5
Vadnyúl (Hare)	200	54,6
Gímszarvas (Red deer)	82	22,4
Vadkacsa (Mallard)	71	19,4
Dámvad (Fallow deer)	28	7,7
Fűrj (Quail)	26	7,1
Fogoly (Partridge)	14	3,8
Muflon (Mouflon)	11	3,0
Egyéb (Other)	4	1,1
Szalonka (Woodcock)	2	0,5
Egyiket sem (None of these)	2	0,5

Forrás (source): saját szerkesztés (own construction)

3.2. A minőségi szarvashús imázsa és pozícionálása a fókuszcsoportos interjúk alapján – *The Image and Market Position of Quality Deer Meat Based on Focus Group Interviews*

A fókuszcsoportos beszélgetések alkalmával a legnagyobb hangsúlyt a szarvashúshoz kapcsolódó fogyasztói magatartás alapos megismerésére fektettük. Választ kerestünk arra, hogy melyek azok a tulajdonságok, amelyekkel a szarvashús piaci pozíciója napjainkban a leginkább jellemezhető, továbbá felmértük, hogy a fogyasztók megítélése szerint a szarvashús fogyasztása milyen élettani hatásokkal járhat.

Elsőként a meghívottaknak olyan tulajdonságokat kellett megemlíteniük, amelyek nézetük szerint megkülönböztetik a szarvashúst a többi hústól. Többek szerint a szarvashús markáns ízű és szállás húsu, továbbá egészséges is – ami elsősorban az állatok extenzív tartásnak és a megfelelő tápanyagbevitelnek köszönhető – ezért a húsát nagyon jó minőségűnek vélik.

A szarvasból készült ételeket kevésbé ismerik a résztvevők, a pécsi válaszadók közül egyedül a szarvas pörköltet tudta minden résztvevő megemlíteni – de előfordult olyan válaszadó is a csoportban, aki fogyasztott már szarvashúsból készült kolbászt is. A budapesti csoportban önállóan csak a pörköltet, a szalámit, a kolbászt és a ragut tudták megemlíteni, mint szarvashúsból készíthető ételeket.

A válaszadók jellemzően úgy gondolták, hogy a vadhúsból, illetve kifejezetten a szarvashúsból készült termékeket elsősorban termelőknél, vásárcsarnokokban, valamint közvetlenül a vadásztársaságoktól és ismerősöktől, ismerősökön keresztül lehet, és érdemes beszerezni.

A fókuszcsoportos interjú egyik feladatának a résztvevőknek a felsorolt tulajdonságok közül kellett kiválasztani azokat, amelyek a szarvashúsról vonatkoznak. A válaszadók úgy nyilatkoztak, hogy a szarvashús „kitűnő ízű”, ezzel szemben az az állítás, hogy „különleges alkalakra való”, már megosztotta a résztvevőket, ugyanis néhány számára a szarvashús a mindennapi táplálkozás fontos részét képezi jelenleg is.

A „jótékonyan hat az immunrendszerre” állítást már sokkal kevésbé tudták értelmezni és egyedül a húsok magas vasként tudták pozitívként megemlíteni. Tehát, bár egészségesnek és kitűnő ízűnek tartják, ez meggyőződésük szerint elsősorban a megfelelő tartásuknak köszönhető, és a beltartalmi értékével már nincsenek tisztában. Ezt az eredményt a kérdőív válaszaiból összeállított eredmények is megerősítik; a válaszadók közel fele bár egészségesnek tartja, még sem tudja megindokolni, hogy miért egészséges a vadhús.

Többek szerint a szarvashús „tradicionálisnak számít” hazánkban, ugyanis régebben sokkal nagyobb hagyományokkal büszkélkedhetett, mind a vadászat, mind pedig a vadhús fogyasztás is, mára azonban ez már kevésbé jellemző. A résztvevők álláspontja szerint a vadhús, a szarvashús a magyar konyha- és ízlésvilág fontos alkotóeleme lehet, mert az íz világa és az elkészítési módjai követik a magyar konyhában megszokottakat. Kiemelték azonban, hogy az átlag magyar konyhában méltatlanul ritkán készítenek vadhúsokat; megítélésük szerint régebben sokkal

nagyobb figyelmet szenteltek ennek, és nagyobb népszerűségnek is örvendtek a vadhúsból készült ételek. Fontos azonban megjegyezni, hogy a megkérdezettek úgy gondolják, hogy a vadhúsok elkészítési módjai nem eléggé változatosak, a köztudatban inkább csak, mint vadpörkölt jelenik meg, ez pedig elsősorban az információhiánynak és a tájékozatlanságnak köszönhető. Vélekedésük szerint a szarvashúsból készült ételek különleges ízlésvilágot testesítenek meg, ami megfelelő kommunikáció mellett mindenképpen az előnyükre válhat.

A következőkben arra kértük a résztvevőket, válaszolják ki azt a 3-4 tulajdonságot, amelyeket a legfontosabbnak tartanak a szarvashús kapcsán. A válaszok alapján a sikeres pozícionálás alapja a kitűnő íz, melyet az ínycsiklandó illatok követnek. Többek szerint a szarvashús különleges alkalakra való, míg hasonló arányban említették azt is, hogy sokoldalúan elkészíthető. Ez rávilágít egy piaci anomáliára: van igény a vadhús változatos elkészítésére, azonban a fogyasztók nem ismernek hozzá recepteket.

A következő feladatban ellentétpárok közül kellett kiválasztani azokat a tulajdonságokat, amelyek a szarvashúshoz köthetők. A meghívottak nem tudták egyöntetűen eldönteni, hogy a megnevezett húsféle modernnek vagy inkább hagyományosnak számít-e. Végül abban egyeztek meg, hogy ez elsősorban az elkészítési módtól, a tállalástól, valamint az étkezési kultúrától függ. A válaszadók úgy nyilatkoztak, hogy a szarvashús minőségi, vonzó megjelenésű, zsírban szegény, ízletes és egészséges húsfajtának számít, emellett pedig megfelelő ár-érték aránnyal büszkélkedhet.

A szarvashús természet közelsége megosztotta a résztvevőket: vitát váltott ki például annak a megítélése, hogy a szarvashúst „természetes körülmények között” állítják-e elő. Néhányak számára már az sem tekinthető természetes környezetnek, ha lekerített erdőrészen, de felügyelet mellett nevelik a vadat. A beszélgetések alkalmával megbizonyosodhattunk arról, hogy a vadasparkok definíciója különbözőképpen jelenik meg a résztvevők tudatában. Néhányan úgy gondolják, hogy ezeken a helyeken az állatok természetes élettere minimálisra csökken. Feltétlenül szükséges lehet tehát a fogalom tisztázása annak érdekében, hogy ne következhesen be félreértésekből eredő fogyasztáscsökkenés.

A kérdőív egyik kérdése szintén ezzel a kérdéssel foglalkozott. A kapott eredmények alapján megállapítottuk, hogy a résztvevők már nem tekintik teljes értékű vadhúsoknak azokat a húsokat, amelyek az ember által tenyésztett vadakból származnak.

A következőkben szeretnénk volna megtudni, hogy a résztvevők elképzelhetőnek tartják-e azt, hogy az eltérő időszakokban elejtett szarvasok húsmínősége nem azonos, és a fogyasztók észlelhetik ezt az ízbeli különbséget. A megkérdezettek úgy gondolták, hogy ilyen különbséget csak az ínycsegek és a rendszeres húsfogyasztók képesek felfedezni. Állításuk szerint ők még nem tapasztaltak eltérést, bár elképzelhető, hogy azért nem, mert nem fogyasztanak szarvashúst kellő rendszerességgel, így a differencia nem megfigyelhető.

Kíváncsiak voltunk arra, hogy a résztvevők milyen tulajdonságokkal illetnék a minőségi szarvashús fogyasztóját, kik képezhetnék a termék fő célcsoportját. A pécsi és a

budapesti válaszadók meggyőződése szerint elsősorban a vadászok és szűkebb környezetük lehet az elsődleges célcsoport, illetve volt olyan résztvevő is, aki úgy vélte, hogy azok is a szarvashús elsődleges célcsoportját képezhetik, akik olyan betegségben szenvednek, amire a szarvashús segítséget nyújthat (például vashiány). Úgy vélték, hogy a szarvashúst kedvelő ember rendszeres húsfogyasztó, aki szereti a természetet és igazi természetvédő. Mindkét városban úgy gondolták, hogy a szarvashúst fogyasztók viszonylag szűk körűen vannak jelen ma Magyarországon. A tipikus fogyasztó meggyőződésük szerint olyan 35 és 60 év közötti, kisebb településen, kisebb városban élő férfi, aki már külön háztartást vezet, és nyitott az új dolgok megismerésére a gasztronómia területén is, emellett pedig az átlagosnál magasabb keresettel rendelkezik. Azért gondolnak elsősorban a férfiakra, mert a vadászatot és a vadhúsból készült ételek elkészítését is inkább férfias elfoglaltságnak gondolják. A budapesti csoport tagjai úgy ítélték meg, hogy a fővárosban jóval kevesebben fogyasztanak vadhúsból készült ételeket, mint a kisebb vidéki településeken. A válaszadók ismételten hangot adtak annak az elképzelésüknek, hogy a vadhúsokat a termékek magas ára miatt elsősorban klasszikus ünnepi ételként tartják számon, és valamilyen közösségi eseményhez kötik.

4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK – CONCLUSIONS AND PROPOSALS

A magyarországi fogyasztók a vadhúsokat alapvetően egészséges és jó ízű húsfajtának tartják, azonban beltartalmi értékeivel nincsenek tisztában. A kérdőíves megkérdezés alkalmával a válaszadók közel fele nem tudott egyetlen ilyen jellemzőt sem megemlíteni. Ebből kifolyólag fontos lehet ezen tényezők hangsúlyozása a marketingkampányok alkalmával.

A résztvevők úgy vélekedtek, hogy a szarvashús jelenleg kevésbé ismert a fogyasztók körében, ezért elsődleges célként az ismeretterjesztést fogalmazták meg a marketingszakemberek számára. Ha a termék beépülne a köztudatba, és nem csak kuriózumként tekintenének rá, akkor sokkal változatosabb étrendet tudnánk kialakítani. Meglátásuk szerint a legnagyobb probléma az, hogy az emberek nem is próbálják ki a vadhúst, mert annak lehetséges elkészítési módjaival nincsenek tisztában. A résztvevők közül néhányan azért viselkednek kissé távolságtartóan a vadhúsokkal ezen belül is a szarvashússal szemben, mert a szülei sem fogyasztották és a gyerekkorukban sem került sosem az asztalra vadhúsból készült étel. Mivel a vadhúsok alapvetően drágábbak, mint például a csirkehús, nem is próbálnak meg kísérletezni otthon az elkészítésükkel.

A fogyasztók a szarvashúst elsősorban a férfiak táplálkozásába tudják beilleszteni, ugyanis a vadászatot, a vadhúsból készült ételek elkészítését férfias elfoglaltságnak tartják, és úgy vélik, hogy a célcsoportját elsősorban a vadászok és azok szűkebb környezete képezi. Ahhoz, hogy a szarvashúsfogyasztás általánosabbá és mindemellett a nők körében is kedveltebbé váljon, fontos lehet a szarvashúsok főzőműsorokban való megjelenése, recepttettekkel és fesztiválokon történő népszerűsítése, ugyanis

a fókuszcsoporthoz interjúk alkalmával bebizonyosodott, hogy az elkészítési módok és a receptek kevésbé ismertek a fogyasztók körében.

A legfontosabb feladat tehát a fogyasztók szemléletmódjának és hozzáállásának megváltoztatása, ezt pedig elegendő mennyiségű információ átadásával lehetne elérni. Fontos lenne, hogy az emberek megismerjék a szarvashúst, mint egészséges és kiváló minőségű húsfajtát, ami a mindennapi táplálkozásuk részét képezheti, és ne csak kuriózumként tekintsenek rá. Jelenleg az emberek a módosabbak, az elit társaságok illetve a vadászok termékének tartják a vadhúsokat. Lényeges lenne megőrizni a vadhús különlegességét és eredetiségét, és olyan marketing kampányt kialakítani, ami ezzel együtt képes a vadhúst a hétköznapi fogyasztó étrendjébe illeszteni.

Rendkívül fontos, hogy a termékek csomagolása egyszerű és letisztult legyen, ugyanis a fogyasztók véleménye szerint így lehet csak megőrizni a húsok természetes jellegét, ami a vadhúsok egyik legnagyobb előnye, és az állatok extenzív tartásának köszönhető.

A beszélgetések alkalmával megbizonyosodhattunk arról is, hogy a vadsparkok definíciója különbözőképpen jelenik meg a résztvevők tudatában. Néhányan úgy gondolják, hogy ezeken a helyeken az állatok természetes élettere minimálisra csökken. Feltétlen szükséges lehet tehát a fogalom tisztázása annak érdekében, hogy ne következhesen be félreértésekből eredő fogyasztáscsökkenés.

Fontos lenne felhívni a figyelmet arra, hogy a vadhús és azon belül is a szarvashús rendkívül egészséges és értékes húsfajtának számít, hazánkban pedig a vadászat és vadhúsfogyasztás is komoly tradíciókkal és történelmi múlttal büszkélkedhet. Mindemellett pedig biztonságos, jó minőségű és ízletes húsfajtának számít, elkészítése pedig rendkívül változatos.

5. ÖSSZEFOGLALÁS – SUMMARY

Kutatásunk célja a magyarországi lakosok vadhúsfogyasztási illetve szarvashús-fogyasztási magatartásának a megismerése volt. A felmérés alkalmával kérdőíves megkérdezést és fókuszcsoporthoz interjúztatást hajtottunk végre.

A válaszadók csak 36,6%-a fogyaszt valamilyen gyakorisággal vadhúsból készült ételeket, a megkérdezettek 63,4%-a pedig úgy nyilatkozott, hogy vadhúst semmilyen formában nem fogyaszt. Az elsődleges fogyasztók a megkérdezés alapján a férfiak, a magasabb iskolai végzettségűek, a házasok, a szellemi munkát végzők és a jobb anyagi körülmények között élők.

A legkedveltebb vadfajtának az őz és a vaddisznó számít a magyar lakosság körében, ezeket pedig a fácán és a vadnyúl követi. Különösen kedvező, hogy a megkérdezettek a vadhúsokat és kiemelten a szarvashúst is egészséges élelmiszernek tartják, és vásárlásaik alkalmával előnyben részesítik a magyar származású termékeket. Szeretnének jó minőségű húsokat vásárolni, azonban ezért plusz összeget már kevésbé hajlandóak fizetni. Úgy vélik, hogy ha a vadhúsok ára kedvezőbb lenne, akkor a vásárlási gyakoriság is növekedne.

Véleményük szerint a vadhúsból, illetve kifejezetten

a szarvashúsból készült termékeket elsősorban termelőknél, vásárcsarnokokban, valamint közvetlenül a vadászársaságoktól és ismerősöktől érdemes beszerezni.

A nem fogyasztók 87,5%-a állítása szerint a közeljövőben sem tervezi a vadhúsokat az étrendjébe illeszteni, ennek pedig két legfőbb oka a magas ár és a „nem szeretem” érzés. A vadhúst nem fogyasztók jelentős része nem engedheti meg magának, hogy ezt a húsfajtát vásárolja. Ebből következik, hogy a magasabb jövedelemkategóriába tartozók körében nagyobb népszerűségnek örvendenek a vadhúsból készült ételek, ők pedig hajlandóak akár magasabb árat is fizetni egy jobb minőségű, Magyarországról származó termékért.

A fókuszcsoportos beszélgetések alkalmával a legnagyobb hangsúlyt a szarvashúshoz kapcsolódó fogyasztói magatartás alapos megismerésére fektették.

A megkérdezettek a szarvashúst olyan jelzőkkel illeték, mint a „kítűnő ízű”, „íncsiklandozó illatú”, „szálkás húsú” és „egészséges”. Többek szerint a szarvashús különleges alkalmakra való, míg hasonló arányban említették azt is, hogy sokoldalúan elkészíthető. Ez rávilágít egy piaci anomáliára: van igény a vadhús változatos elkészítésére, azonban a fogyasztók nem ismernek hozzá recepteket.

Bár a fogyasztók a szarvashúst egészségesnek és kítűnő ízűnek tartják, ez meggyőződésük szerint extenzív tartásuknak köszönhető, és beltartalmi értékével már nincsenek tisztában.

A szarvashús hazánkban még egy kevésbé ismert, luscikknek tartott termék, aminek a kommunikációját, értékesítési stratégiáit szinte az alapoktól kell felépíteni. Korlátozó tényező, hogy a megkérdezettek nem ismerik, drágának vélik, és szezonális terméként tekintenek rá.

IRODALOMJEGYZÉK – REFERENCES

- [1] **Galló N. – Nagy B. – Molnár Sz.:** Vadhúsok – az erdőtől az asztalig. In: *Élelmezés*. 2014. 18 (7-8) 28-30.
- [2] **Élelmiszer Online:** Biztonságos és jó minőségű a magyar vadhús. 2014. URL: http://www.elelmiszer.hu/fmcg_szakmai_hirek/cikk/biztonsagos_es_jo_minosegu_a_magyar_vadhus, (Letöltés dátuma: 2014. szept. 08.)
- [3] **Kovács É.:** Redox-potenciál mérésén alapuló gyors mikrobiológiai módszer alkalmazása vadhús vizsgálatára. 2010. (Doctoral dissertation). URL: <http://huveta.hu/handle/10832/321>, (Letöltés dátuma: 2014. szept. 06.)
- [4] **Ljung, P. – Riley, E. – S. J., Heberlein, T. – A., Ericsson, G.:** *Eat Prey and Love: Game-Meat Consumption and Attitudes Toward Hunting*. In: *Wildlife Society Bulletin*. 2012. 36 (4) 669-675.
- [5] **Paulsen, P. – Winkelmayer, R. – Irschik, I.:** *Game Meat: Consumption Patterns, Production and Attitudes of Trained Persons in Lower Austria*. In: *Fleisch Wirtschaft*. 2013. 94 (1) 98-101. URL: http://english.fleischwirtschaft.de/content/abstracts/pages/protected/Game-meat-consumption-patterns-production-and-attitudes-of-trained-persons-in-Lower-Austria_21728.html, (Letöltés dátuma: 2014. jún. 28.)
- [6] **Kaysner, M. – Nitzko, S. – Spiller, A.:** *Analysis of Differences in Meat Consumption Patterns*. In: *International Food and Agribusiness Management Review*. 2013. 16(2)43-56. URL: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/148582/2/20120020.pdf>, (Letöltés dátuma: 2014. júl. 12.)
- [7] **Élelmiszer Online:** Több marha- és vadhúst esznek az iskolázottabbak és tehetősebbek. 2013, URL: http://www.elelmiszer.hu/cikk/tobb_marha_es_vadhust_esznek_az_iskolazottabbak_es_tehetosebbek, (Letöltés dátuma: 2014. szept. 08.)
- [8] **Élelmiszer Online:** Júniustól vadhús is lesz a menzákon. 2014, URL: http://www.elelmiszer.hu/fmcg_szakmai_hirek/cikk/juniustol_vadhus_is_lesz_a_menzakon, (Letöltés dátuma: 2014. szept. 07.)
- [9] **Király B.:** *Nagy marketing szótár*. Optimum Marketing Kft., Budapest, 2011.
- [10] **Malhotra, N. K.:** *Marketingkutatás*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2009.

JEGYZETEK ♣ NOTES